România în Războiul Rece al caricaturilor

Paul Nistor 8 vizualizări

Încorsetat în ideologia sovietică şi în tensionatele relaţii dintre Est şi Vest, discursul comunist a căutat o formă de propagandă fină şi pe înţelesul maselor. În acest demers, desenul satiric s-a dovedit a fi nu doar un instrument util, ci mai ales unul subtil, de manipulare a celor mulţi, de vreme ce avea acces la emoţiile, sentimentele şi prejudecăţile populaţiei. Grafica ideologizată şi-a jucat, astfel, rolul ei, bine stabilit, în lupta dintre Binele comunist şi Răul capitalist.

Distrugerea României monarhice, dizolvarea pluripartidismului şi racordarea la politica internaţionalistă a P.C.U.S. au permis regimului comunist din Republica Populară Română să experimenteze de la bun început alte senzaţii tari – Războiul Rece. Nu a existat o escaladare graduală a tensiunilor Est-Vest ci, sub călăuzirea „înţeleaptă” a „specialiştilor” sovietici, Bucureştiul a plonjat în oceanul agitat al noilor relaţii globale, reformulate sub semnul maniheismului. Într-un asemenea context, o dispută culturală, civilizaţională şi valorică se ducea în paralel cu tensiunile politice şi militare. Cum prestigiul nu mai putea fi obţinut pe câmpul de luptă din pricina riscurilor de catastrofă mondială, propaganda devenea vârful de lance în confruntarea dintre cele două blocuri.

(Desenul satiric de sus, „Nu vei ucide copiii noştri!”, trimite la tendințele agresive ale americanilor)

La scurt timp după un război cald, când generalii, trupele şi armamentul se aflau în prim-plan, a venit vremea altor detalii să dicteze eficiența bătăliilor. Premisele, regulile şi asigurarea succesului în conflictele internaționale au fost stabilite de ideologi, de politicieni, experți în propagandă şi mass-media. Principalele „arme” ale acestui duel planetar deveneau discursurile, textele, articolele, imaginile, audio-vizualul şi orice invenție care avea acces direct la emoțiile, sentimentele şi opiniile oamenilor. Manipularea ideologică din timpul Războiului Rece prelua experiența perioadei interbelice, o rafina, o extindea şi încerca să o facă mult mai utilă sistemului totalitar.

Caricatura – formă de manipulare colectivă

Acest cadru general a permis afirmarea caricaturilor politice ca instrumente ale persuasiunii politice. Dacă, pe de o parte, P.C.R. inițiase o campanie de îndoctrinare a poporului, cu metode brutale, pe de altă parte, utilizarea umorului şi a satirei grafice promova o tehnică mult mai umană şi mai subtilă în

jocul propagandistic. Se considera că aceia care dezvoltau rezistență sau opacitate la schimbarea politică puteau fi seduşi mai uşor prin apelul la ironii, la ridiculizare şi la creionarea amuzantă a unei realități false, construită după dorințele comuniştilor. Imaginile puteau transpune idei abstracte în situații concrete şi mesaje simple. Puteau spune cititorilor cum să gândească şi cum să recepteze o analiză politică: amuzați, empatici, furioşi, temători. Sub bombardamentul persuasiv al graficii umoristice, doctrinarii P.C.R. aveau şanse mai mari să modeleze opiniile populare, să creeze judecăți de valoare, să stigmatizeze sau să propună falşi idoli.

(„Bonn şi bona", îi înfățişează pe John McClay, înaltul comisar al SUA pentru Germania, care citeşte Mein Kampf, şi pe Konrad Adenauer, cancelarul RFG, mititel şi ascultător. Toate caricaturile color din acest grupaj fac parte dintr-un album oferit în dar lui Gheorghe Gheorghiu-Dej de către Comitetul Antifascist German din R.P.R., în 1951)

Regulile nu erau complicate, mai ales pentru o populație care, în mare parte, avea o educație precară. Mesajele, deşi deformate, trebuiau să fie simple şi clare. Tocmai de aceea, caricaturile politice foloseau aluzii şi sugestii, construiau stereotipuri, arogându-şi dreptul de a distorsiona şi persifla. Provocând râsul social, distractiv şi ofensator totodată, caricaturile indicau care era imaginea unei țări în imaginarul alteia. Caricaturile din „Scânteia" anilor '50 arată cum putea fi greşit interpretată realitatea internațională. Clamând dezvăluirea adevărului, aceste instrumente de convingere în masă instaurau o lume a minciunii. Această nouă lume, construită în imaginar, nu era nicidecum una paşnică. Trecând dincolo de critică şi ironie, propaganda prin imagini instaura violența culturală, ura față de presupuşi rivali, intenția imediată de a declanşa ostilități reale pentru exorcizarea unui închipuit Rău planetar.

Mesaje violente, diabolizarea inamicului

Frecvența caricaturilor politice în paginile ziarelor şi revistelor din România comunistă, existența unor expoziții itinerante şi a unor albume întregi cu desene ideologizate arată că nu era vorba de o propagandă „umanizată", dimpotrivă. Într-o lume sumbră, a alimentelor pe cartelă şi a puşcăriilor politice, satira grafică avea şanse mari să mai descrețească frunțile şi să favorizeze o facilă absorbție a mesajului propagandistic.

(„Ținta noastră este pacea". În caricaturi, Vestul era agresorul militar, politic şi financiar al Estului, complotând la începerea unui nou război)

Ea construia emoțional mituri, acolo unde rațiunea le refuza. Întărea convingeri, stimula prejudecăți şi, ridicând ignoranța culturală la rang de virtute, organiza şi direcționa ostilitatea față de adversarii externi, aproape necunoscuți pentru cei mulți.
În final, prin aceste tertipuri, partidul se legitima înaintea oamenilor, „deconspirând" fața hâdă a perfizilor capitalişti, care unelteau contra poporului. Înaintea unor agresori atât de insistenți, P.C.R. şi Uniunea Sovietică îşi construiau, agresiv, statutul de apărători ai proletarilor.

Mediul general a permis această desfăşurare, Războiul Rece evidențiind legătura dintre mesajul politic şi mecanismele umorului vizual. Practic, caricaturile româneşti de la începutul perioadei postbelice,

copiate ca stil după cele sovietice, apar ca nişte entități aparte. Ele nu aveau ca scop doar a stârni ilaritatea, ci şi de a întreține o aversiune permanentă față de Occident. Prin imagini amuzante erau consolidate idei promovate anterior de comunişti, cu ajutorul unor formule mai sobre. Îmbinându-se critica politicii internaționale cu cea socială, Vestul era reprezentat ca agresor militar, politic şi financiar al Estului. Astfel, desenele umoristice direcționau subtil agresivitatea maselor, construind o psihoză națională care a persistat în epocă.

(„Fata Morgana”. Statele Unite ale Americii sunt „cămătarul mondial”, controlând lumea prin intermediul finanțelor lor)

Evident, această practică ne permite să înțelegem frânturi din cultura politică a acelei perioade şi să identificăm o parte din mijloacele utilizate pentru construirea noii identități socialiste. Abandonând o parte consistentă din tradiții şi din specificul național, noua identitate, forjată pe scheletul sovietic-internaționalist, se contura din mers, prin impulsuri predominant negative, care constau în diabolizarea inamicului şi susținerea aşa-zisei superiorități a comunismului.

Tema principală: antiamericanismul

Cititorul „Scânteii” era intoxicat cu imagini sarcastic-umoristice, în care constatăm recurența obsesivă a unor teme îndrăgite de propaganda P.C.R. Pe această repetare se baza, de fapt, persuasiunea vizuală. Tema dominantă a tuturor caricaturilor de tip sovietic, care denigrau spațiul rival, era antiamericanismul. Prin extrapolare, Statele Unite reprezentau Vestul, încarnând cu succes duşmanul universal. America apărea în diverse roluri, doar din cele cu nuanțe horror: dominator al Europei, agresor al statelor tinere, instigator la război, cămătar mondial, partener viclean, călău sângeros. Prin repetarea la nesfârşit a acestor sugestii, antiamericanismul era mai mult o transpunere a naționalismului sovietic/estic, precum şi o modalitate de respingere a modernizării şi a capitalismului.

(„Suntem uniți, uniți, uniți!” Sub soarele-dolar, se fac şi se desfac alianțe, se vând şi se cumpără loialități)

Redundanța temelor legate de America nu era întâmplătoare, propaganda dorind să puncteze o alteritate decisivă, cu o maximă diferențiere între „noi” (esticii) şi „ceilalți” (vesticii). Construită pe o antiteză extrem de severă între Binele comunist şi Răul capitalist, alteritatea trebuia indicată total, violent şi deschis. Aşadar, ce fațete ale duşmanului erau sugerate românilor? Predominau: inamicul-criminal, inamicul-torționar, inamicul-aducător de moarte, inamicul-bancher oneros. Prin idei simple şi brutale, strecurate în prim-planul desenelor, caricaturiştii încercau să demitizeze atuurile adversarilor şi, în acelaşi timp, să le accentueze viciile.

(„Adenauer şi americanii”, unde Adenauer, mic şi pricăjit, îşi vinde țara bancherilor de pe Wall Street*)*

SUA: Statuia Libertății cu bâtă, lup cu svastică, Uncle Sam pe poziție de forță

Se începea printr-un atac dur la adresa valorilor occidentale. Acestea erau minimalizate, deformate, deconspirate şi acuzate de ipocrizie, meschinărie, falsitate. Astfel, Statuia Libertății e înlocuită cu imaginea unui membru al Ku-Klux-Klanului, care, în loc de torță luminoasă, poartă o bâtă, simbol al represiunii. La rândul ei, democrația vestică este patronată de un lup cu svastica pe mânecă, înarmat şi el cu o bâtă pe care scrie: „Made in SUA”. În aceeaşi manieră, „Vocea Americii”, simbol al lumii libere, era prezentată ca o rețea de păianjeni furioşi, în timp ce politicienii occidentali au ca obiecte de adorație bombe de felurite tipuri şi mărimi.

(„Tito, cap de pod pentru americani”)

Inamicii Estului nu sunt plasați pe poziții egale. De departe, America e un dominator cu mână de fier. În desene, cei ce reprezintă Franța, Anglia, Germania, Grecia sunt de mai mici dimensiuni decât americanii, mai amărâți, împinşi de la spate de tutorii lor. Aliații sunt plătiți cu sume ridicole pentru servicii josnice şi forțați – aproape contra voinței lor – să acționeze contra Estului. În unele imagini, leul britanic apare jigărit şi umil, în altele, lupul american păzeşte democrația din Anglia, întruchipată de o oiță inocentă. Frecvente sunt structurile vizuale în care reprezentantul Americii apare în mână cu un bici, dresând leul britanic sau pe conducătorii Franței, Iugoslaviei şi Italiei.

(„Tito – în loc de un plan cincinal, cinci planuri anuale” ; urmare a conflictului acestuia cu URSS-ul, propaganda sovietică (şi, evident, cea română) îl desfiinţează pe Tito, aliatul estic al americanilor. A se vedea şi caricaturile de mai jos, din „Scânteia”)

Inferioritatea aliaților europeni față de Washington este sugerată în multiple moduri. Statele Unite sunt reprezentate mereu de Uncle Sam sau de preşedintele S.U.A. (ambii în poziții de forță şi încredere de sine), pe când Europa de Vest este metonimizată de oameni neputincioşi, cu probleme fizice evidente (premierii englez, francez, italian stau în genunchi sau merg pe sârmă înaintea diplomaților americani), sau de o femeie veşnic inferioară bărbatului, fără veleități de emancipare. Doctrinarii Estului intenționau, aşadar, să realizeze distincția clară între inamicul principal şi cei secundari. Din acest motiv, statele vest-europene erau uneori menajate, indicându-se astfel posibilitatea unor negocieri şi a unor înțelegeri cu aceşti adversari secundari. Totuşi, în funcție de evenimentele zilei, şi aliații europeni ai Washingtonului puteau să crească în dimensiuni, devenind amenințători. Nu puține sunt situațiile în care britanicii, francezii şi iugoslavii sunt înfățişați, la rândul lor, drept criminali şi torționari de frunte.

(„Instrucție la cataramă”. Cu explicația: „Consilieri militari americani sosesc în Iugoslavia”)

Existau şi alte teme, rulate cu prioritate în grafica umoristică: tema păcii şi a războiului, tema cupidității capitaliste, tema perfidiei occidentale şi a purității Estului comunist. Caricaturile româneşti încercau să impună câteva stereotipuri de anvergură: democrația occidentală era una falsă; Vestul se pregătea continuu de război; liderii țărilor capitaliste erau ori criminali sângeroşi ori cămătari vicleni, care angajau mercenari pe post de călăi; America manipula brutal sateliții săi europeni; exista o conspirație mondială anticomunistă, formată din puterea politică (reprezentată grafic de liderii politici), puterea religioasă (papalitatea) şi puterea financiară occidentală (banca, bancherul).

(„Vocea cățelului la microfonul stăpânului”. Cu explicația: „Tito a vorbit la radio «Vocea Americii»”)

Obsesia Războiului şi a banului

O altă temă puternic exploatată în caricaturi este cea a războiului. Opoziția pace-război se mulează pe antiteza Est-Vest. O tabără doreşte „binele” omenirii, o alta, vestică, îndemnând furibund la vărsări de sânge. Mai multe „semne” preluate din registrul militar sunt plasate lângă imaginile occidentalilor. Aceştia poartă mitraliere, sunt însoțiți de tancuri, sunt îmbrăcați în uniforme şi bocanci, oferind cadouri sub formă de bombe. Tot acest arsenal induce ideea că omuciderea face parte din modul de viață firesc al lumii capitaliste. Războiul este însoțit de simboluri naziste şi de imaginea morții. Astfel, occidentalii par să fi adoptat căştile în stil german şi brasardele cu svastică. Ei sunt dotați cu pistoale care fumegă şi îşi croiesc drum peste cadavre, cranii şi victime suferinde.

(„Sprijinul lui Tito: capitalistul şi chiaburul”, unde Tito e reprezentat cu însemnul dolarului pe şapcă, pe epoleți, pe mâneci şi pe momeala din fața sa)

Tema cupidității este şi ea omniprezentă. Însemnele băncilor occidentale, dolarul, lira sterlină şi Wall Street-ul sunt elemente secundare, dar inteligent plasate în toate desenele. Ele produc impresia că totul e de vânzare, posibilitatea ca unul sau altul să se lase mituit şi să trădeze fiind cumva iminentă. Americanii îşi cumpără aliații pe câțiva bănuți, strecurați în palmele întinse, plasează capcane financiare liderilor din Balcani şi din Europa, prind în lanțul dolarilor şi al Planului Marshall pe săracii din Vestul Europei. Chiar şi preşedintele Truman, în rugăciune, are deasupra capului o aură în formă de monedă americană, trădătorul Tito vorbeşte la un microfon al „Vocii Americii”, modelat şi el după semnul $ al dolarului. Personajele din Occident poartă în mapele lor cecuri, iar pălăriile, jobenurile şi hainele sunt imprimate cu acelaşi simbol al dolarului, care îi ridică pe americani la rangul de cămătari mondiali. Astfel, capitalismul este pus la zid, devalorizat, criticat, redus la combinații meschine care implică plăți frauduloase. O imagine brutală indică opinia lagărului „democrat-popular” despre finanțele capitaliste: lira sterlină şi dolarul apar, nu întâmplător, în compania morții.

Tito-trădătorul, înfățișat sub formă de şarpe, broască, şobolan

(„Broz-Tito călăul”. Caricatura e însoțită de o poezioară: „În Beograd sau în Zagreb,/În ani trecuți rânjeau ustaşii./Acum din nou stau ucigaşii,/Crescuți pe trupul țării, gheb”)

După ce valorile Vestului erau demontate, urma defilarea simbolurilor umane care reprezentau lumea liberă. Imaginea țărilor inamice era simplificată şi echivalată cu prestigiul negativ al unor lideri politici şi militari. Occidentul era simbolizat de premierii Angliei şi Franței, prezentați în situații ridicole, de spioni şi soldați însemnați cu emblema dolarului, de generali americani înarmați cu mitraliere, de bancherii de pe Wall Street stând pe saci cu bani şi fumând trabucuri, de un Uncle Sam viclean şi înclinat spre atitudini războinice, de preşedinții SUA – arătați şi ei ca instigatori ai unui nou război mondial. Alături de aceştia stă Papa, care dă o binecuvântare sarcastică tuturor planurilor agresive ale Occidentului. Un tratament mult mai dur primeşte Tito, aliatul estic al Americii. El este decăzut din regnul uman şi prezentat adesea ca un şarpe, broască, şobolan, vietăți care produc repulsie şi care induc ideea de trădare şi viclenie.

(„Caiafa”. Cu explicația: „Tito neagă faptul că imperialiştii anglo-americani vor să deslănțuie un nou război”)

Iar pentru sublinierea inferiorității vesticilor, reprezentanții acestora sunt înlocuiți cu imagini de animale şi păsări. Un loc de top ocupă vietățile care declanşează instantaneu dezgustul: păianjeni, şerpi, broaşte, bufnițe. Invariabil, aceste animale sunt plasate în situația de a produce un rău deliberat, sub forma unei agresiuni directe, contra oamenilor simpli şi a țărilor comuniste. În pielea diferitelor animale apărea cel mai des Tito; dar şi secretarul de stat al SUA, Acheson, era desenat ca o vulpe care saliva lângă teritoriul Chinei; după cum împăratul Hirohito se transforma într-un şobolan care împrăştia ciuma. Figurile animalelor care simbolizează inamicii Estului sunt furioase, încruntate, viclene, menite a declanşa o repulsie. Astfel, toate registrele agresivității din imaginarul românesc (subuman, infracțional, tip bestiariu, igienizant, funebru) sunt prezente până la cel mai mic detaliu în caricaturile „Scânteii”.